

EVALUASI TINGKAT KEPUASAN TAMU TERHADAP PELAYANAN *FRONT OFFICE* DI *HAPPY PUPPY* KARAOKE KELUARGA SETURAN YOGYAKARTA

Nina Noviastruti¹⁾, Lilik Setyawan²⁾

^{1,2)} Akademi Pariwisata Dharma Nusantara Sakti (AKPARDA) Yogyakarta
e-mail: nina@akparda.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fungsi dan peranan staf *front office* Happy Puppy Karaoke Keluarga Seturan serta mengetahui tingkat kepuasan tamu terhadap pelayanan staf *front office* Happy Puppy Karaoke Keluarga Seturan. Sampel dalam penelitian ini adalah tamu atau pengunjung Happy Puppy Karaoke Keluarga Seturan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk menganalisis data hasil penelitian. Hasil olah data penelitian yang telah dianalisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) menghasilkan diagram kartesius dengan nilai tinggi pada kuadran pertama. Diagram tersebut menjelaskan bahwa pengunjung puas terhadap pelayanan yang diberikan staf *front office* dalam beberapa aspek seperti keramahan, penyampaian informasi yang jelas dan kehangatan saat menyambut maupun saat berkomunikasi dengan tamu. Kepuasan tamu yang berkunjung ke Happy Puppy Karaoke Keluarga Seturan terhadap pelayanan staf *front office* dalam kategori puas. Artinya, pelayanan yang diberikan staf *front office* kepada tamu sudah baik.

Kata Kunci: *kepuasan tamu, Staf front office*

ABSTRACT

This study aims to knowing the function and role frontline staff at Happy Puppy family karaoke Seturan Yogyakarta as well as knowing the level of guest satisfaction againts the frontline service. The sample in this study is guests or visitors of Happy Puppy family karaoke Seturan Yogyakarta. In this study, researchers used a method Importance Performance Analysis (IPA) to analyze the research data. The result of the research data that has been analyzed using the Importance Performance Analysis (IPA) method, generate a Cartesian diagram with a high value in the first quadrant. The diagram explains that visitors are satisfied with the services provided frontline staff. Guest satisfaction includes several aspects such as friendliness, clear delivery of information and warmth while welcoming and communicating with guests. Satisfaction of the guests who visited the family Happy Puppy karaoke Seturan Yogyakarta againts the frontline service is in the satisfied category. This means that the service provided frontline staff to guests is good.

Keywords: *Quests satisfaction, Service frontline staff*

1. PENDAHULUAN

Pariwisata di pandang sebagai salah satu industri yang ikut memberikan andil dalam pembangunan sosial dan ekonomi bagi suatu negara. Di Indonesia potensi untuk mengembangkan pariwisata tidak terbatas. Produk pariwisata merupakan mata rantai dari serangkaian komponen yang satu dengan yang

lainnya seperti halnya sebuah mata rantai. Kekuatan terbesar terletak pada mata rantai yang terlemah. Rangkaian mata rantai produk wisata itu pada garis besarnya meliputi ; daya tarik kemudahan, aksesibilitas gerbang / terminal, transfer, akomodasi, desain (tours), makan minum, hiburan sehat dan cinderamata (Sammeng,2000)

Penyedia hiburan sehat (perusahaan karaoke) dapat menjadi mata rantai dari produk wisata, tetapi perusahaan karaoke tidak dapat berdiri sendiri. Perusahaan karaoke tidak dapat beroperasi tanpa dukungan bidang-bidang lain yang saling mempengaruhi seperti energi, air bersih, listrik, akomodasi, transportasi, makanan minuman, dan lain-lain. Dari mata rantai yang saling mempengaruhi ini yang menyebabkan industri pariwisata memiliki pengaruh ganda yang sangat besar.

Kelangsungan hidup sebuah perusahaan karaoke pada dasarnya sangat tergantung pada keuntungan yang diperoleh, dalam hal ini adalah laba. Laba dapat diperoleh dari para pelanggan atau tamu, maka muncullah alasan mengapa pelanggan / tamu memilih barang / jasa tertentu dalam mencapai kepuasan. Pada saat perusahaan dapat menyediakan kebutuhan yang bisa membuat para tamu merasa puas, maka perusahaan tersebut akan lebih mudah dalam mencapai keuntungan yang diinginkan. Untuk itu agar laba yang diinginkan dapat diperoleh dengan maksimal, maka faktor yang sangat penting dalam bisnis adalah menciptakan dan juga mempertahankan pelanggan / tamu.

Semakin ketatnya persaingan bisnis karaoke yang terjadi dewasa ini, maka untuk dapat memenangkan persaingan sekaligus agar dapat mempertahankan pelanggan, perusahaan jasa khususnya di bidang karaoke melakukan berbagai strategi dalam menjalankan bisnisnya. Selain harga yang menjadi pertimbangan ada beberapa pertimbangan lain yang tak kalah penting antara lain yaitu kualitas pelayanan, dan fasilitas yang diberikan. Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan karaoke pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan / tamu mengenai kepuasan yang dirasakan. Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan para tamu sangatlah perlu, walaupun hal tersebut tidaklah semudah mengukur berat

badan atau tinggi badan pelanggan yang bersangkutan. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya agar kepuasan tamu bisa tercapai seorang front office harus mempunyai motivasi kerja. Motivasi merupakan keasaan dalam diri seseorang yang terdorong oleh keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan. (Dessler, 1993).

Berkaitan dengan semakin banyaknya perusahaan karaoke yang menawarkan keunggulan perusahaan mereka masing – masing, konsumen / tamu juga melakukan banyak pertimbangan dalam menentukan pilihan fasilitas atau jasa yang ditawarkan. Selain harga dan kualitas peralatan, konsumen juga sangat mempertimbangkan kualitas pelayanan yang diterima. Tamu atau konsumen akan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik. Akan tetapi para tamu akan pergi apabila pelayanan yang diberikan tidak memuaskan. Selain itu dengan didukung fasilitas yang lengkap dan memenuhi syarat serta harga yang terjangkau, maka tentulah hal tersebut akan membuat para tamu merasa terpuaskan. Dengan adanya integrasi unsur – unsur tersebut tentu akan menjadi kunci keberhasilan perusahaan untuk meningkatkan informasi, membangun kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan.

Namun yang terjadi di lapangan tidak sepenuhnya sesuai dengan harapan masyarakat. Masih banyak terdapat kekurangan di sana-sini yang terjadi pada perusahaan penyedia jasa karaoke maupun kebutuhan masyarakat akan hiburan karaoke yang membuat tingkat kepuasan tamu menjadi rendah.

Sebagai contoh, perkembangan perusahaan karaoke di wilayah kabupaten Sleman begitu pesat. Di wilayah Depok saja ada 9 perusahaan karaoke yang berdiri. Para tamu tidak langsung bisa memutuskan untuk menggunakan jasa perusahaan – perusahaan karaoke tersebut. Para tamu harus mencari dan memiliki referensi

tentang perusahaan – perusahaan karaoke tersebut, dari segi pelayanan maupun kualitas peralatan dan kelengkapan koleksi lagu – lagu. Persaingan yang begitu ketat terlihat dari banyaknya promo – promo berupa : iklan, paket hemat, dan lain sebagainya. Namun hal yang paling penting dan mendasar adalah pelayanan dari seorang front office. Sambutan pertama bagi seorang tamu didapat dari seorang front office dan pusat kegiatan diawali dari loby atau front office. Disinilah peran penting seorang front office untuk memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin untuk menciptakan kepuasan tamu. Agar para tamu tersebut betah berlama – lama menikmati hiburan karaoke dan akan kembali lagi suatu saat nanti atas pelayanan yang sudah diperolehnya dengan baik.

Maka dari itu dalam pelaksanaan operasional front office sangat diperlukan tanggung jawab besar dan kerjasama yang sangat baik. Kecekatan, ketepatan, ketelitian dan kecepatan dalam menjalankan operasional sudah menjadi suatu tuntutan seorang staff front office demi kelancaran dan kepuasan tamu. Itu semua membutuhkan karyawan yang handal dan dituntut pula kerjasama dengan baik antar staff front office serta situasi yang kondusif dalam pelaksanaan tugas agar operasional keseharian front office bisa terselesaikan dengan baik dan tingkat kepuasan tamu sangat tinggi.

Saat tamu berkaraoke adalah saat – saat yang terpenting bagi tamu untuk dapat membuktikan seberapa jauh kualitas pelayanan semua staff perusahaan penyedia jasa hiburan karaoke dalam memberikan pelayanan. Tujuan memberikan pelayanan terbaik adalah agar tamu mendapatkan kesan yang baik dan akan kembali datang. Jaminan rasa aman selama berada pada tempat karaoke baik pada saat datang, di ruangan karaoke, maupun akan keluar dari tempat karaoke sangat diperhatikan dengan adanya petugas keamanan yang

berjaga. Tempat hiburan karaoke juga berupaya agar tamu banyak melakukan transaksi selama berkaraoke, seperti pesan makan dan minum. Saat tamu meninggalkan tempat karaoke adalah saat yang tidak kalah penting dimana jika memang ada pelayanan yang kurang maka akan ada complaint dari tamu yang biasanya disampaikan kepada staff front office walaupun complaint itu ditujukan ke departement lain. Karena itu untuk memberikan tingkat kepuasan yang tinggi pada para tamu staff front office dituntut untuk bekerja dengan tenang ,sabar, teliti, dan dapat mengendalikan dirinya sendiri.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis ingin mengungkap tentang tingkat kepuasan tamu terhadap pelayanan *front office*, agar pelayanan yang diberikan kepada tamu menjadi lebih baik. Sehingga tamu merasa puas atas pelayanan yang kita berikan, namun tidak hanya tamu yang merasa puas, semua karyawan pasti akan merasa puas, dan perusahaan akan menjadi lebih puas karena kualitas pelayanan tetap terjaga dengan baik sehingga akan banyak keuntungan yang didapat karyawan dan perusahaan juga akan semakin baik dan berkembang.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian *Front Office*

Beberapa definisi *front office*, diantaranya adalah menurut Purwanto (2009) menyatakan bahwa *Front office* adalah bagian terdepan yang bertugas menerima pesanan, memberikan informasi, menerima dan mengakomodasikan tamu, termasuk melaksanakan pembayaran dan menerima pembayaran dari tamu.

Menurut Agusnawar (2002 dalam Hadi, 2014) menjelaskan *front office* merupakan salah satu bagian yang langsung memberikan pelayanan kepada tamu, dimulai dari calon tamu mengadakan pemesanan sampai tamu tinggal dan berangkat (check-out). Sangatlah dimengerti betapa kompleksnya kegiatan

pelayanan untuk memperoleh hasil dan keuntungan yang diharapkan.

Menurut Hadi (2014 dalam Maristy & Syifanisena, 2020) *Front office* bertanggung jawab penuh terhadap seluruh informasi, penerimaan tamu, penyampaian kebutuhan tamu, penanganan administrasi dan transaksi, sampai dengan penyusunan laporan data-data tamu sehingga pelayanan tercapai dengan baik dan maksimal.

2.2 Kepuasan Tamu

Saat ini kepuasan tamu menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis, tamu, pelanggan dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan tamu sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis, khususnya industri pariwisata. Kepuasan tamu atau pelanggan merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena tamu akan menyebarluaskan rasa puasnya kepada calon pelanggan, sehingga akan menaikkan reputasi pemberi jasa.

Menurut Mowen & Minor (2002) mendefinisikan kepuasan tamu / konsumen (*consumer satisfaction*) sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan tamu / konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan / mengkonsumsi barang atau jasa tersebut. Selanjutnya Kotler (2005) memiliki definisi tentang kepuasan tamu/konsumen, yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, tamu / konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, tamu / konsumen puas. Jika kinerja

melebihi harapan, tamu / konsumen amat puas atau senang.

Dari berbagai pendapat di atas, peneliti menyimpulkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan tamu / konsumen merupakan perbedaan / kesenjangan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah pembelian. Kepuasan tamu / konsumen dapat dilihat dari faktor *performance* dan *expectation*. Jika *performance* suatu produk dan jasa tidak sesuai dengan harapan, maka dapat dikatakan tamu / konsumen tidak merasakan kepuasan. Bila *performance* suatu barang dan jasa sesuai dengan apa yang diharapkan tamu / konsumen atau bahkan *performance* suatu barang dan jasa lebih baik dari harapan tamu / konsumen, maka kepuasan tamu akan tercipta.

2.3 Kualitas Pelayanan

Menurut Lubis & Andayani (2018 dalam Maristy & Syifanisena, 2020) Kualitas dapat diartikan sebagai derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan. Menurut Tjiptono (2007 dalam Panjaitan & Yulianti, 2016), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Pelayanan mengandung pengertian pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Noviastuti & Cahyadi, 2020). Menurut Kotler (2008 dalam Noviastuti & Cahyadi, 2020) Pelayanan mengandung pengertian pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Fen dan Lian, kualitas memiliki peran yang sangat krusial bagi perusahaan untuk dapat sukses dan bertahan. Sedangkan menurut Ryals, kualitas berkaitan erat dengan pangsa pasar dan retensi pelanggan. Retensi pelanggan yang meningkat mengimplikasikan penyaluran informasi positif dari mulut ke mulut yang lebih besar, menurunkan sensitivitas akan harga yang pada akhirnya semuanya ini mengakibatkan performa bisnis menjadi lebih baik (Fen dan Lian, 2005; Ryals, 2003 dalam Puung et al., 2014).

3. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah sejumlah tamu yang datang ke *Happy Puppy Karaoke Keluarga Seturan*. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu kualitas pelayanan *front office* dan variabel terikat adalah tingkat kepuasan tamu.

3.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan melalui data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data yang didapatkan dari dokumen – dokumen dan beberapa literatur dari data yang menjadi obyek penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

a. Interview

Dengan bertanya langsung ke sumber data. Dalam hal ini penulis melakukan interview ataupun mengajukan pertanyaan – pertanyaan yang berhubungan dengan sumber data. Baik dengan para tamu ataupun rekan kerja untuk menggali informasi.

b. Observasi

Dalam metode ini penulis mengumpulkan data dengan cara mengamati langsung yaitu berhubungan langsung dengan pekerjaan.

c. Kuisioner

Metode ini dengan cara pengumpulan data dengan memberikan beberapa daftar pertanyaan untuk diisi responden sesuai dengan penelitian.

3.2. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk menganalisis data hasil penelitian. Menurut (Suhendra & Prasetyanto, 2016) IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis, Interpretasi grafik IPA sangat mudah, dimana grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *importance-performance*. Dalam metode ini diperlukan pengukuran hasil perbandingan skor kepuasan / kinerja dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan tamu. Dalam metode ini terdapat 2 buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana variabel X adalah tingkat kepuasan / kinerja, dan variabel Y adalah tingkat kepentingan. Tingkat kesesuaian dihitung menggunakan persamaan :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana :

Tki = Tingkat kesesuaian responden.

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan

Setelah dilakukan pengukuran tingkat kesesuaian, langkah selanjutnya adalah membuat peta posisi *importance – performance* yang merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis berpotong tegak lurus pada titik – titik dengan persamaan :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{n}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{n}$$

Dimana :

$\bar{X}_i$ = nilai rata – rata tingkat kepuasan dari semua pernyataan

$\bar{Y}_i$ = nilai rata – rata tingkat kepentingan dari semua pernyataan

k = banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan

Selanjutnya sumbu mendatar X akan diisi oleh skor tingkat persepsi, sedangkan sumbu tegak Y akan diisi oleh skor tingkat harapan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap atribut digunakan persamaan :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

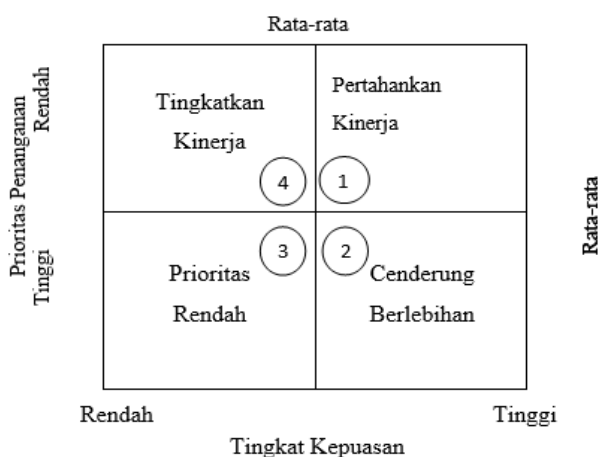
Dimana :

X = skor rata – rata persepsi / *performance*

Y = skor rata – rata harapan / *importance*

n = jumlah responden

Pada *importance performance analysis* dilakukan pemetaan menjadi 4 kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan, sebagaimana terlihat pada gambar berikut ini :



- Kuadran Pertama, “Pertahankan Kinerja” (*high importance & high performance*) faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja institusi yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.
- Kuadran Kedua “Cenderung Berlebihan” (*low importance & high performance*) faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas. Penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan, semisal dikuadran keempat
- Kuadran ketiga “Prioritas Rendah” (*low importance & low performance*) faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan Yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi konsumen, sehingga pihak manajemen tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada faktor-faktor tersebut.
- Kuadran Keempat, “Tingkatkan Kinerja” (*high importance & low performance*) Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor yang sangat penting oleh konsumen namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak manajemen berkewajiban mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja berbagai faktor tersebut. Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah *Happy Puppy*

Masyarakat Indonesia adalah masyarakat religius yang gemar benyanyi, berhak untuk mendapatkan sarana hiburan benyanyi yang bebas dari simbol – simbol hiburan malam. Pasar inilah yang kemudian ditangkap dengan jeli oleh wirausahawan Santoso Setyadji.

Konsep karaoke keluarga untuk pertama kalinya diperkenalkan di Indonesia oleh Santoso Setyadi dengan didirikannya *Happy Puppy Self-Service Family Karaoke Box* pada tanggal 14 November 1992.

Karena konotasi “karaoke” di Indonesia sudah demikian identiknya dengan hiburan malam, Santoso menambahkan kata “family” di depan kata karaoke box sebagai upaya penekanan bahwa hiburan yang disediakan adalah hiburan yang baik untuk keluarga. Demikian juga, karena mengadopsi cara – cara di Jepang dan Korea dengan pada awalnya pelayanan *Happy Puppy* adalah self service, yaitu konsumen membayar sewa ruangan karaoke terlebih dahulu. Membeli makanan dan minuman dengan datang sendiri ke meja penjualan. Demikian juga memainkan lagu sendiri dengan menggunakan automatic disc changer machine.

Seiring berkembangnya jaman konsep di *Happy Puppy* selalu mengalami perubahan agar lebih menarik konsumen. Seperti menggunakan program komputerisasi dalam segala aspek.

Karaoke keluarga mendapatkan sambutan yang baik dari masyarakat Indonesia. Dengan terbukanya saat ini lebih dari 100 cabang *Happy Puppy* di seluruh Indonesia. Pada Januari 2004 Santoso Setyadi dan *Happy Puppy Karaoke Keluarga* dianugerahi sertifikat MURI sebagai pelopor karaoke keluarga di Indonesia.

Dengan meningkatnya jumlah peminat karaoke dan *Happy Puppy karaoke keluarga* yang berada di jl Arteri Utara sudah tidak bisa menampung tamu maka pada tanggal 14 November 2009 resmi dibukanya *Happy Puppy Karaoke Keluarga* di kompleks plaza Seturan blok B.

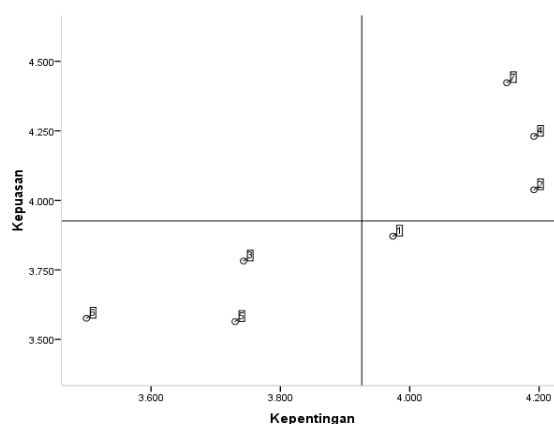
Dalam perjalanannya *Happy Puppy karaoke keluarga* telah banyak memberikan kontribusi positif bagi pariwisata di Yogyakarta karena telah terpercaya reputasinya sebagai karaoke keluarga yang memiliki fasilitas

peralatan dan koleksi lagu yang paling lengkap. Disamping sebagai tempat karaoke, *Happy Puppy* juga menyediakan berbagai macam makanan dan minuman sebagai pelengkap pada saat berkaraoke.

Untuk mengikuti perkembangan jaman maka pada semua ruangan yang tadinya menggunakan program sytem keyboard manual saat ini sudah berganti menjadi layar sentuh atau touchscreen. Dengan program ini kualitas gambar yang ditampilkan menjadi lebih baik dan tamu tidak hanya bisa berkaraoke tetapi juga bisa bermain beberapa game kecil yang terdapat pada menu utama.

4.2. Kualitas Pelayanan *Happy Puppy*

Kualitas pelayanan *Happy Puppy* berdasarkan analisis pada diagram kartesius adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1 Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan *Happy Puppy*

- a. Dalam hal pelayanan terletak pada kuadran pertama, yaitu : penyampaian informasi yang detail, ramah dalam melayani dan memberikan sambutan yang ramah yang artinya manajemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja front office yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai karena ini

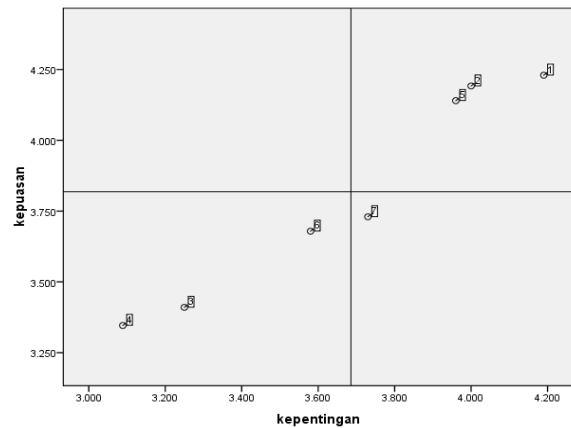
merupakan faktor penunjang bagi kepuasan konsumen.

- b. Sedangkan tepat dan cermat melayani terletak pada kuadran kedua, yang artinya dianggap tidak terlalu penting sehingga manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor – faktor tersebut kepada faktor – faktor lain yang membutuhkan peningkatan.
- c. Dan untuk aspek peka terhadap kebutuhan tamu, fokus dalam melayani, cekat dan sigap dalam menanggapi dan mengatasi keluhan terletak pada kuadran ketiga yang mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi konsumen, sehingga pihak manajemen tidak perlu memberikan perhatian pada faktor – faktor tersebut.

Dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan staff *front office* di *Happy Puppy* Karaoke Keluarga Seturan adalah baik dan bisa meningkatkan kepuasan tamu yang datang berkunjung. Dengan demikian dapat diberikan saran bagi manajemen untuk menjaga dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan staff *front office* terhadap tamu terutama dari segi keramahan dan penyampaian informasi terkait program – program dan selalu memberikan sambutan yang ramah untuk pengunjung.

4.3. Fasilitas *Happy Puppy*

Fasilitas yang dimiliki *Happy Puppy* berdasarkan analisis pada diagram kartesius adalah sebagai berikut:



Gambar 4.2 Diagram Kartesius Fasilitas *Happy Puppy*

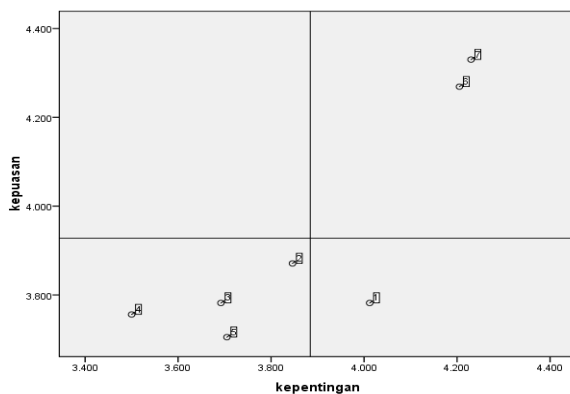
- a. Aspek kebersihan dan kerapian tempat , kelengkapan peralatan komunikasi, dan penerangan yang memadai terletak pada kuadran pertama yang artinya merupakan faktor yang menunjang bagi kepuasan tamu sehingga pihak manajemen berkewajiban untuk memastikan fasilitas tersebut dapat dipertahankan atau lebih ditingkatkan untuk menunjang kinerja di area front office.
- b. Sedangkan untuk aspek fasilitas penunjang lainnya yang memadai di ruang tunggu yaitu hiburan terdapat pada kuadran kedua yang artinya dianggap tidak terlalu penting sehingga manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor – faktor ini ke faktor – faktor lain yang lebih penting.
- c. Namun untuk aspek ruang tunggu yang memadai, suhu ruangan yang mendukung dan meja penerima tamu yang memadai terletak pada kuadran ketiga yang artinya mempunyai tingkat kepuasan yang rendah namun dianggap tidak terlalu penting bagi tamu sehingga pihak manajemen tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian yang lebih pada aspek ini.

Dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas yang terdapat di area front office di *Happy Puppy* Karaoke Keluarga Seturan dengan kondisi baik dan bisa meningkatkan kepuasan tamu yang datang

berkunjung. Dengan demikian dapat diberikan saran bagi manajemen untuk menjaga dan lebih meningkatkan pada segi kebersihan, kerapian tempat, kelengkapan peralatan komunikasi dan penerangan yang memadai untuk dapat meningkatkan kualitas kinerja sehingga kepuasan tamu akan tetap tercipta.

4.4. Kepuasan Tamu *Happy Puppy*

Kepuasan tamu di *Happy Puppy* berdasarkan analisis pada diagram kartesius adalah sebagai berikut:



Gambar 4.3 Diagram Kartesius Kepuasan Tamu *Happy Puppy*

- Aspek komunikatif, penampilan dan kebersihan diri terdapat pada kuadran pertama yang merupakan faktor penunjang bagi kepuasan tamu sehingga manajemen berkewajiban untuk memastikan bahwa kinerja staff front office dapat terus dipertahankan atau malah lebih ditingkatkan.
- Untuk aspek pelayanan yang prima terdapat pada kuadran kedua yang dianggap tidak terlalu penting sehingga manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor – faktor tersebut ke faktor – faktor lainnya yang mempunyai prioritas penanganan untuk lebih meningkatkan kepuasan tamu.
- Sedangkan untuk aspek sikap dalam melayani, ketelitian dalam pembuatan bill,

ketelitian dalam penginputan data tamu, dan ketelitian dalam penginputan order terdapat pada kuadran ketiga yang mempunyai tingkat kepuasan tamu cukup rendah namun dianggap tidak terlalu penting bagi tamu, sehingga pihak manajemen tidak perlu terlalu memberikan perhatian pada faktor – faktor tersebut namun tetap juga harus diawasi agar tingkat kepuasan tamu bisa lebih meningkat.

Berdasarkan uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan tamu adalah baik pada aspek komunikatif, penampilan dan kebersihan diri pada staff *front office* di *Happy Puppy* Karaoke Keluarga Seturan dan bisa meningkatkan kepuasan tamu yang datang berkunjung. Namun aspek sikap dalam melayani, ketelitian dalam pembuatan bill, penginputan data tamu dan penginputan order mempunyai tingkat kepuasan yang masih rendah walaupun dianggap tidak terlalu penting bagi tamu. Dengan demikian dapat diberikan saran bagi manajemen untuk mendapatkan kepuasan tamu yang cukup tinggi agar menjaga pelayanan pada segi komunikatif, penampilan dan kebersihan diri dan walaupun pada segi sikap dalam melayani, ketelitian dalam pembuatan bill, penginputan data tamu dan penginputan order dianggap tidak terlalu penting namun manajemen juga harus meningkatkannya agar kepuasan tamu bisa lebih tinggi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

- Kepuasan tamu yang berkunjung ke *Happy Puppy* Karaoke Keluarga Seturan terhadap pelayanan staff *front office* dalam kategori puas. Artinya, pelayanan yang diberikan staff *front office* kepada tamu sudah baik.

2. Kepuasan tamu akan fasilitas yang ada di area *front office* dalam kategori puas. Namun ada beberapa poin yang harus diperhatikan untuk ditindak lanjuti walaupun dianggap tidak terlalu penting bagi tamu sehingga kepuasan yang dirasakan tamu akan semakin bertambah tinggi.

5.2. Saran

Adapun saran-saran yang di dasarkan pada capaian hasil penelitian yang ada adalah sebagai berikut :

1. Pihak manajemen harus lebih jeli dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan untuk melayani dan memuaskan kebutuhan pelanggan. Keramahan dan kehangatan terhadap tamu harus selalu dipertahankan dan ditingkatkan pada setiap pelayanan.
2. Sebaiknya pihak manajemen harus cepat tanggap terhadap masukan-masukan dari pelanggan dalam upaya menangani atribut pelayanan yang kurang memuaskan, karena harus disadari bahwa word of mouth dalam bisnis jasa hiburan sangat penting dan tidak boleh diabaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Mappi Sammeng. (2003). Cakrawala Pariwisata, Depparpostel, Jakarta.
- Hadi, W. (2014). Peranan Front Desk Agent Dalam Membentuk Citra Positif Di Dunia Perhotelan. *Jurnal Khasanah Ilmu*, V(2), 1–12. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/view/497>
- Garry Dessler. (1993). Sumber Daya Manusia (Terjemahan, Edisi 4) Erlangga, Jakarta
- Kotler, P. (2005). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia.
- Maristy, H. S., & Syifanisena, A.-N. Y. (2020). Upaya Telephone Operator Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Jambuluwuk Malioboro Hotel Yogyakarta. *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan)*, 3(1), 13–22.
- Mowen, J. C & Minor, M. (2002). Perilaku Konsumen Jilid 2. Jakarta: Penerbit ERLANGGA
- Noviastuti, N., & Cahyadi, D. A. (2020). Peran Reservasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Tamu Di Hotel Novotel Lampung. *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan)*, 3(1), 31–37. Retrieved from <https://jurnal.akparda.ac.id/index.php/jurnalnusantara/article/view/32>
- Panjaitan, J. E., & Yulianti, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265–289. <https://doi.org/10.19166/derema.v11i2.197>
- Purwanto. (2009). Front Office (Kantor Depan Hotel). Yogyakarta: Penerbit Grafindo Litera Media
- Puung, F. K., Fudholi, A., & Dharmmesta, B. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Salon Dan Spa. *Jurnal Manajemen Dan Pelayanan Farmasi*, 4(2), 105–110. <https://doi.org/10.22146/jmpf.274>
- Suhendra, A., & Prasetyanto, D. (2016). Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Trans Metro Bandung Koridor 2 Menggunakan Pendekatan Importance-Performance Analysis. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 2(2), 59–70. Retrieved from <https://ejurnal.itenas.ac.id/index.php/rek-aracana/issue/view/164>